

Atelier du 06/10/20

W E ■ La sincérité de la
A R E communication
C O M perçue par les Français

WE ARE COM **ACCÉLÈRE**

1^{er} accélérateur des communicants à Paris !

NOTRE VOLONTÉ : FÉDÉRER LES COMMUNICANTS POUR ACCÉLÉRER LA TRANSFORMATION DE NOTRE MÉTIER ET PROMOUVOIR SA VALEUR AJOUTÉE DANS LES ENTREPRISES.

NOTRE IDENTITÉ : UNE TEAM DE PROFESSIONNELS DE LA COM, TOUS PASSIONNÉS.

NOTRE MOTIVATION : L'ENVIE DE PARTAGER L'EXPERTISE DES COMMUNICANTS ET DE DÉVELOPPER LEURS COMPÉTENCES ENTRE PAIRS.

WEARECOM.FR



Club
campus

VIAVOICE X WE
ARE
COM



Arnaud Zegierman

Sociologue, et directeur associé de l'institut Viavoice

Il intervient notamment sur des analyses permettant d'identifier de nouvelles tendances de société et de mieux comprendre différents publics

Il conduit aussi de nombreuses missions destinées à aider les organisations à clarifier leur identité, leurs activités, leurs modes de fonctionnement ou leurs produits et services.

Croit-on à la sincérité de la communication des entreprises ?

VIAVOICE X WE ARE COM



Méthodologie & échantillon

1002 répondants



Les répondants

L'étude a été réalisée auprès d'un échantillon 1002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité est garantie par la méthode des quotas appliquée aux variables : Sexe, âge, profession de l'interviewé, catégorie d'agglomération et région

Temporalité

Le terrain d'enquête a eu lieu entre le 15 juin et le 17 juin 2020.

Les données

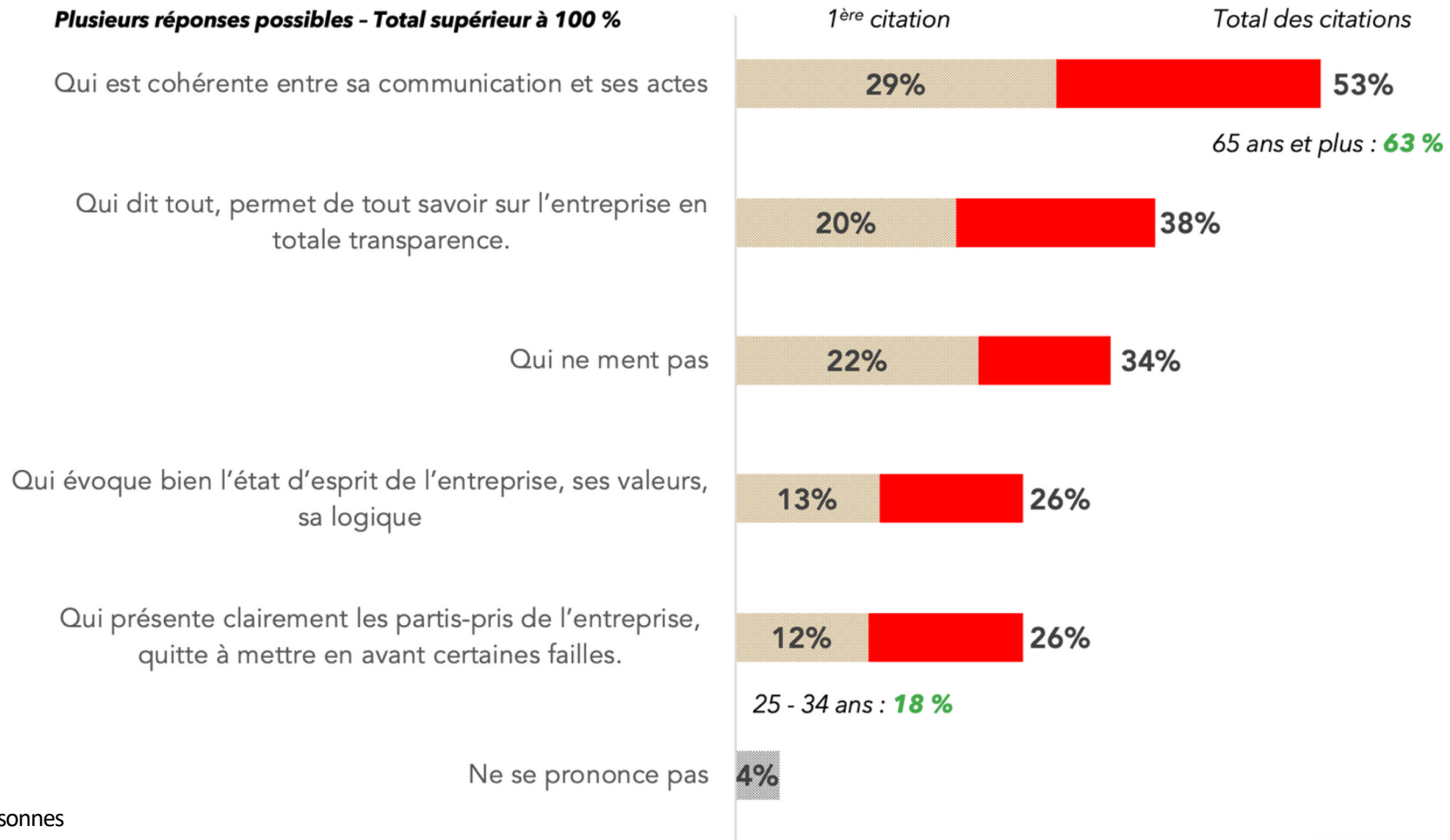
L'administration de l'étude a été réalisée par questionnaire auto-administré en ligne

La sincérité dans la communication des entreprises



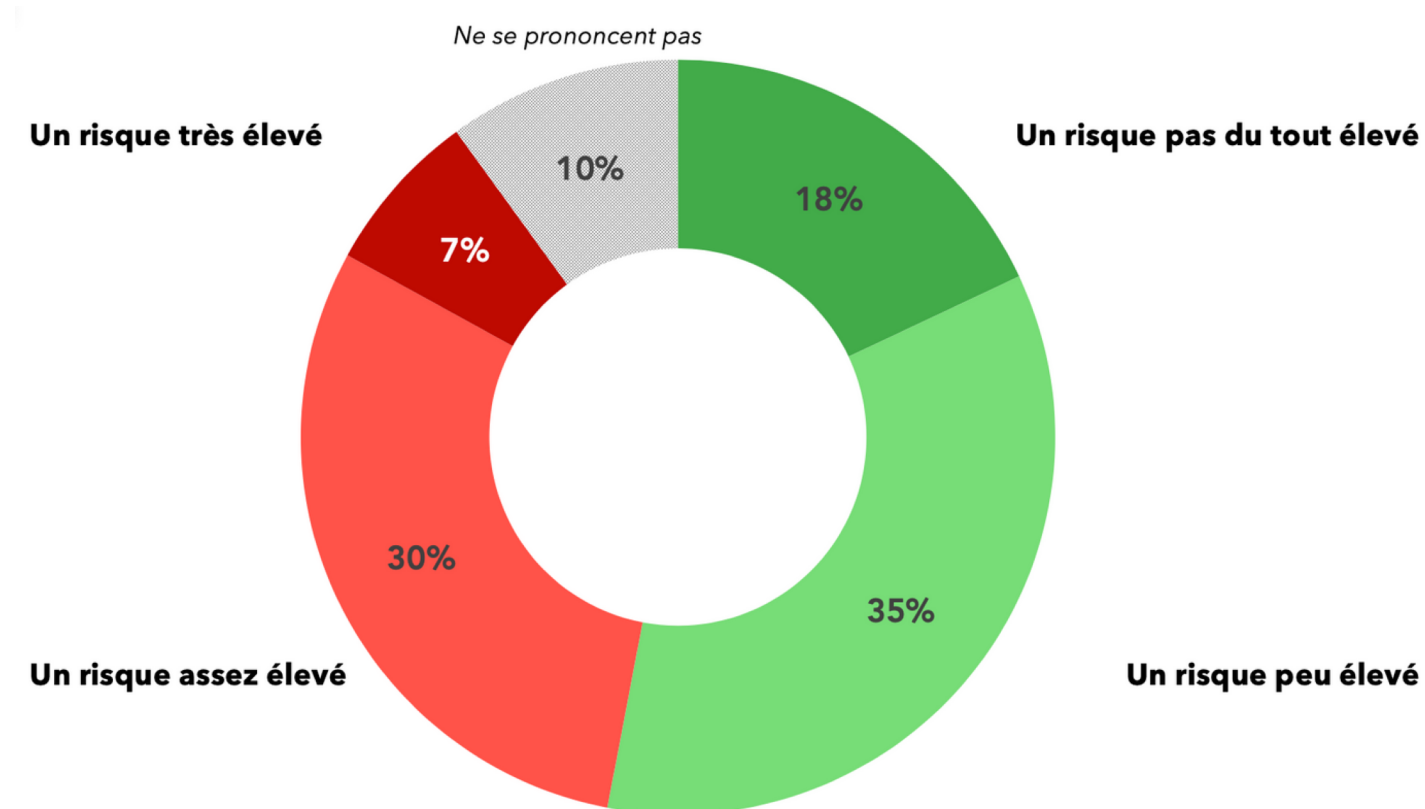
La cohérence comme premier vecteur de sincérité

Pour vous, une communication d'entreprise sincère est une communication...



Est-ce que la sincérité est un risque pour une entreprise ?

Avez-vous le sentiment qu'être sincère représente pour une entreprise...



Base ensemble : 1002 personnes

Être sincère ne représente pas un risque élevé pour l'entreprise

53 %

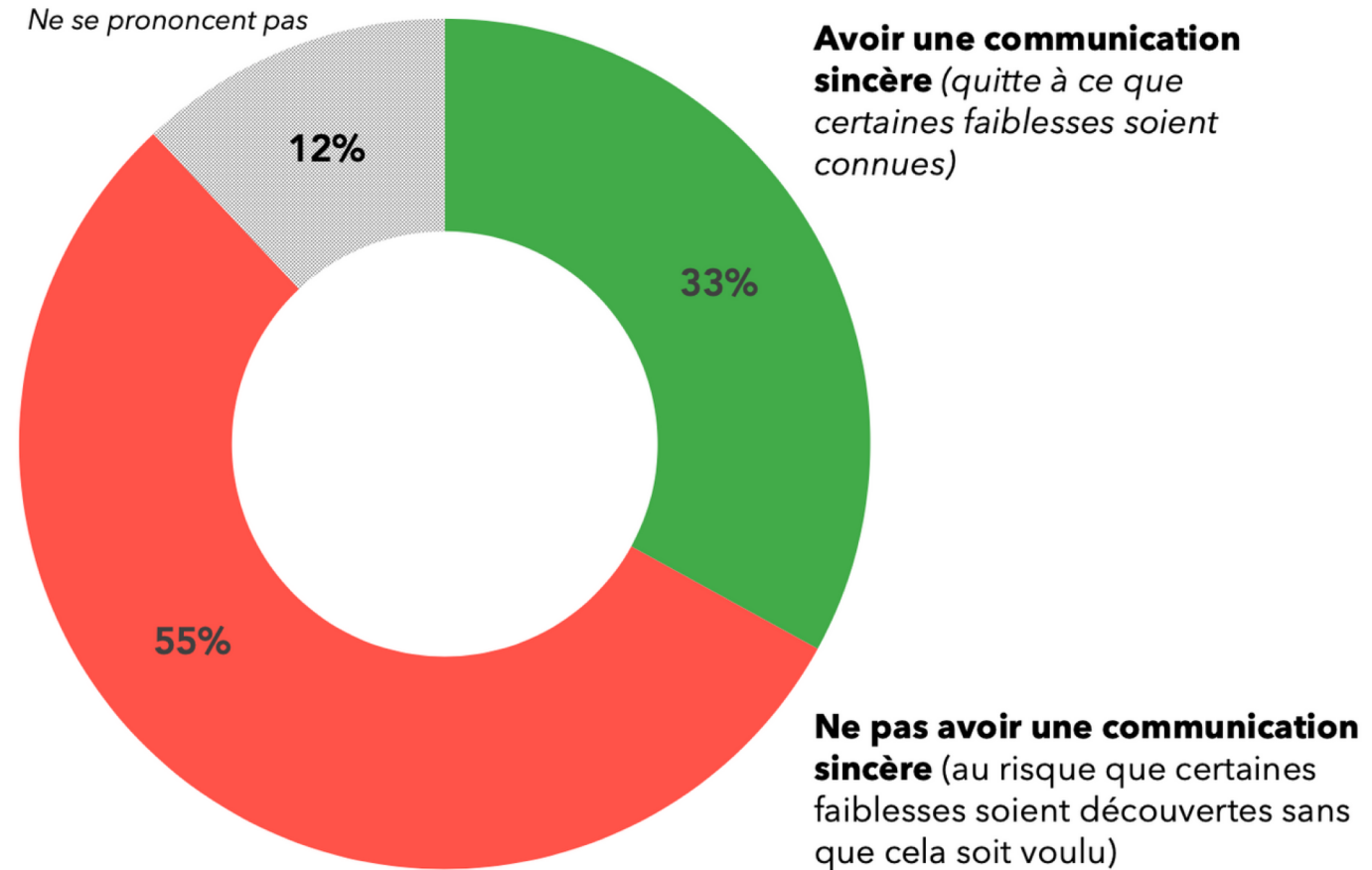
Être sincère représente un risque **élevé** pour l'entreprise

37 %

18 – 34 ans : **44 %**

Ne pas avoir une communication sincère apparaît comme un risque plus important

Selon vous, qu'est-ce qui est plus risqué pour une entreprise ?



Que faire de ses points faibles ?

Pensez-vous qu'une entreprise a plutôt intérêt...



A mentir sur ses points faibles

18 - 34 ans : **9 %**

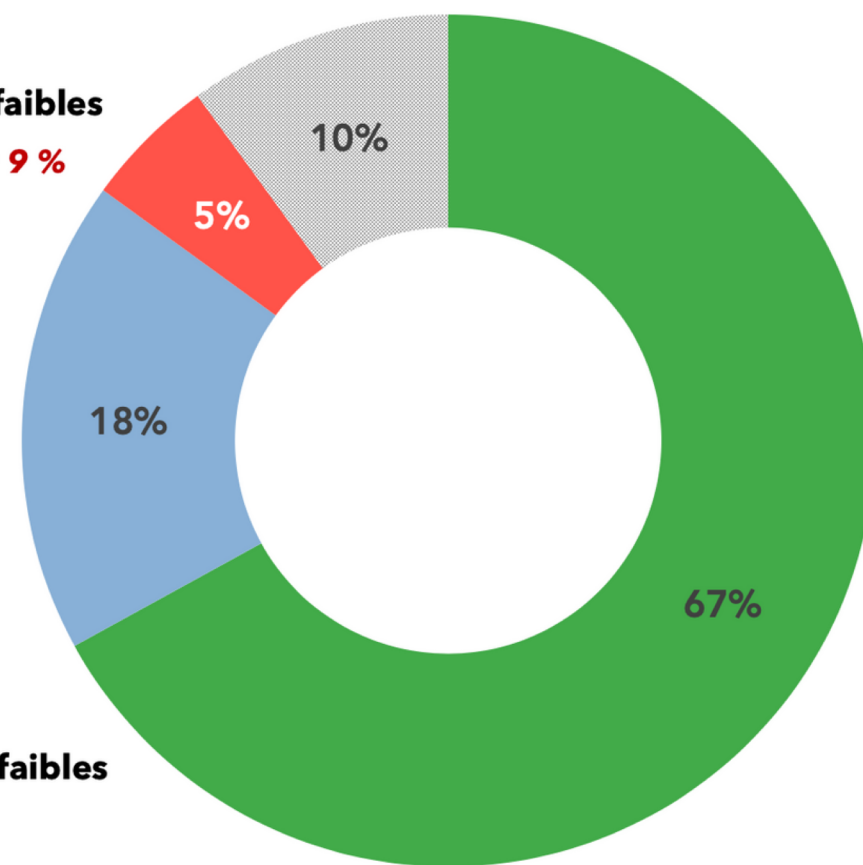
A ne pas évoquer ses points faibles

18 - 34 ans : **25 %**

A expliquer ses points faibles

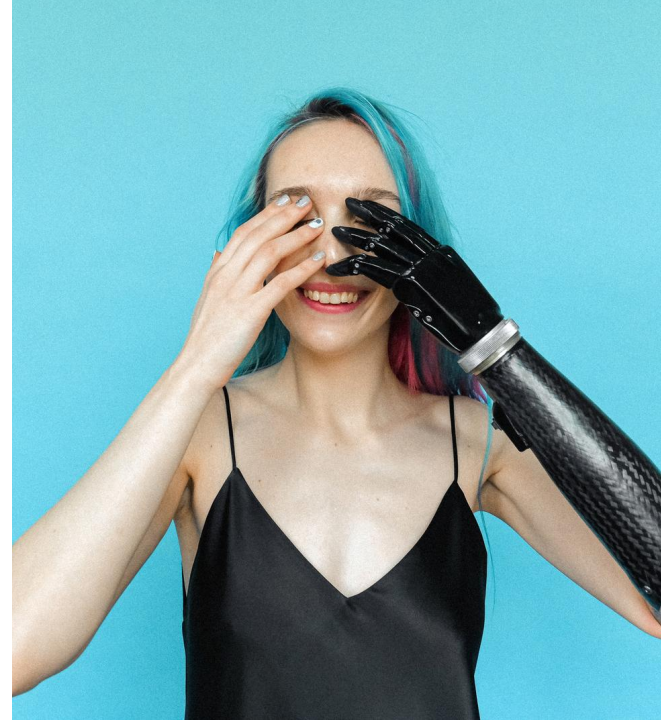
Retraités : **77 %**

Ne se prononcent pas



Est-ce que la communication des entreprises va vers plus de sincérité ?

Avez-vous le sentiment qu'aujourd'hui, en France, la communication des entreprises va vers plus de sincérité...



26 %

Ont le sentiment que la communication des entreprises va vers plus de sincérité

62 %

Ont le sentiment que la communication des entreprises va pas vers plus de sincérité

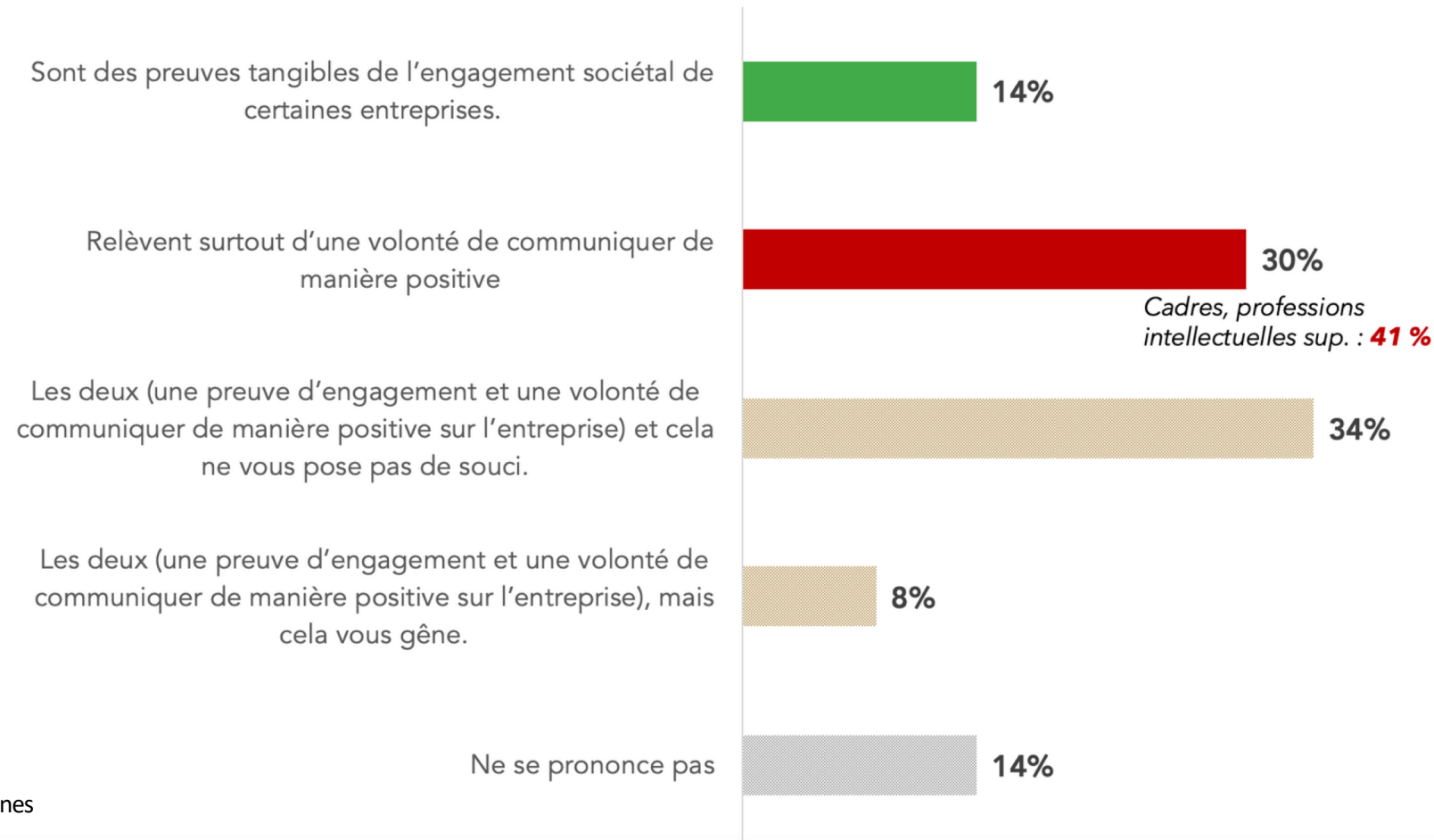


18 – 34 ans : 33 %

Perceptions concernant l'engagement des entreprises durant l'épidémie du Covid-19

Depuis le début de l'épidémie de Covid-19, de nombreuses entreprises se sont engagées pour être solidaires des difficultés générées par l'épidémie et le confinement.

Diriez-vous que de telles actions...



47 %

Ont le sentiment de réussir à repérer une communication d'entreprise qui n'est pas sincère

18 - 34 ans : 47 %

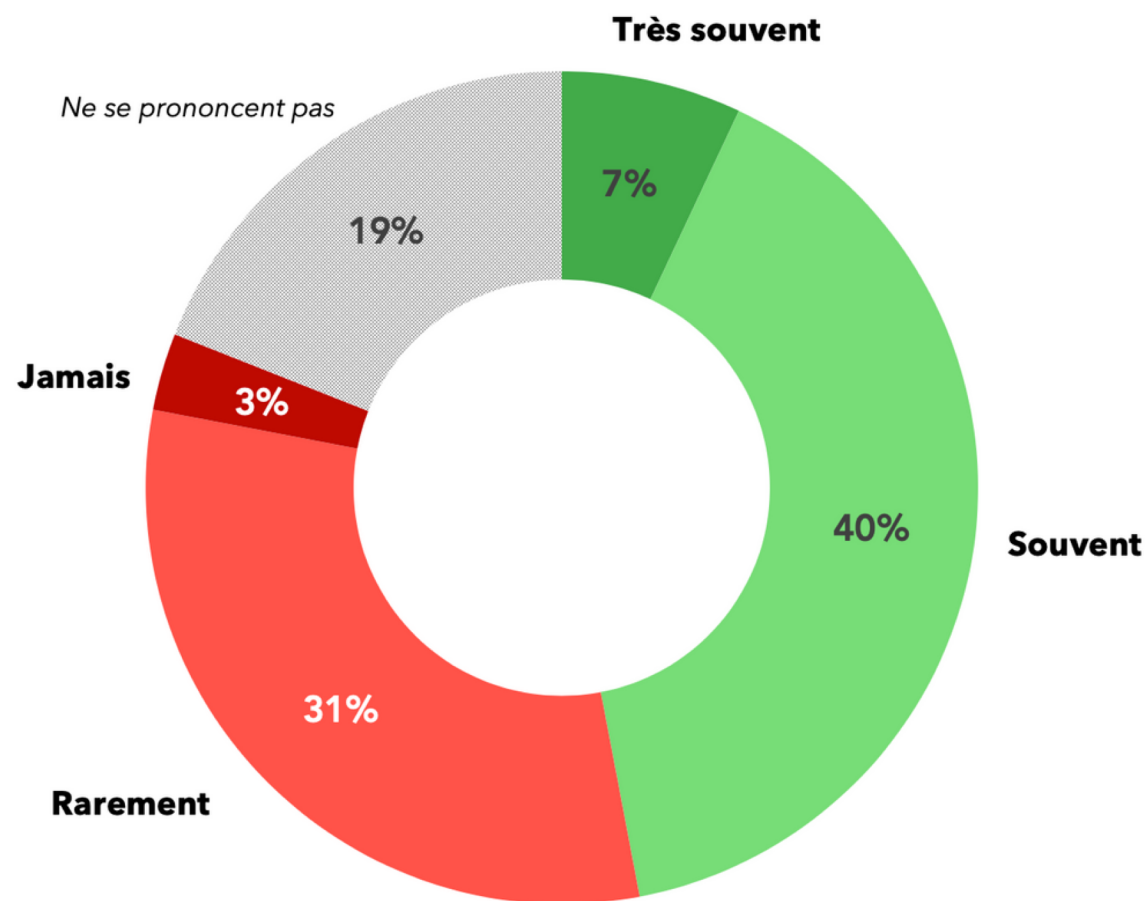
34 %

Ont le sentiment de ne pas réussir à repérer une communication d'entreprise qui n'est pas sincère

65 ans et plus : 44 %

Le sentiment de pouvoir repérer le manque de sincérité

Avez-vous le sentiment de réussir à repérer lorsqu'une communication d'entreprise n'est pas sincère ?



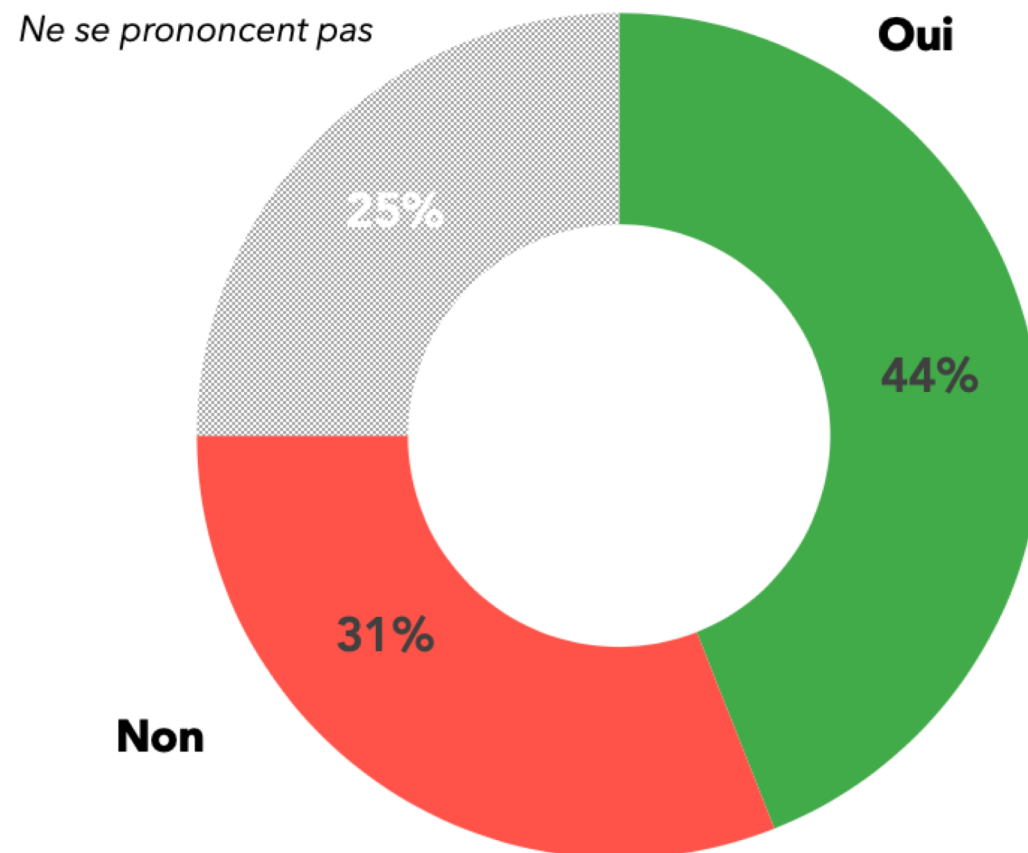
Base ensemble : 1002 personnes

Les canaux de communication qui favorisent la sincérité.



Base ensemble : 1002 personnes

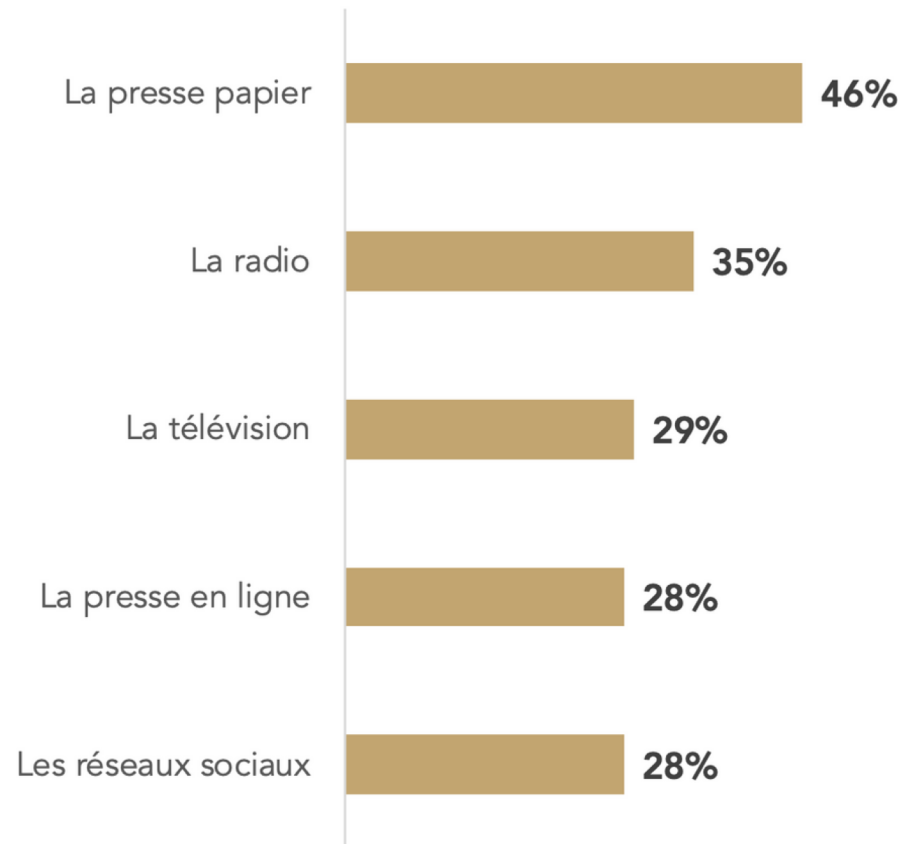
Diriez-vous que certains types de médias favorisent plus la sincérité que d'autres ?



La presse papier et la radio apparaissent comme des canaux de communication qui favorisent la sincérité.



Quels sont ceux qui à votre avis favorisent davantage la sincérité ?

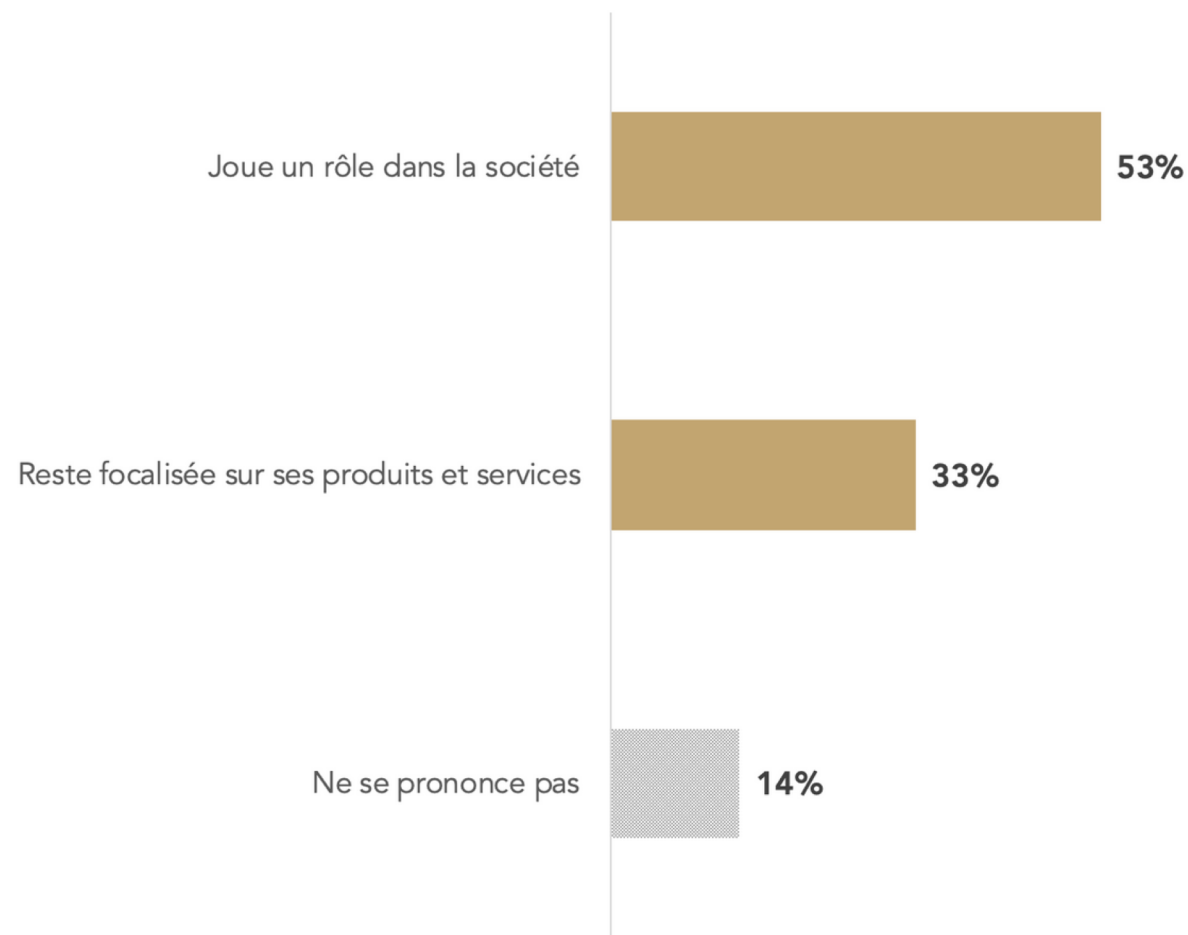


Base - Certains médias favorisent plus la sincérité que d'autres : 445 personnes

Base ensemble : 1002 personnes

L'entreprise est
perçue comme
légitime pour jouer
un rôle dans la
société pour une
majorité de Français
(1/2)

Préférez-vous qu'une entreprise...



L'entreprise est perçue comme légitime pour jouer un rôle dans la société pour une majorité de Français (2/2)

Répondants qui préfèrent que l'entreprise joue un rôle dans la société

Base : 469 personnes



23%

L'entreprise contribue à la solidarité et la cohésion au sein de la société

« Il est important que l'entreprise définisse sa raison d'être et celle-ci a un impact sur l'ensemble de la société »

« L'entreprise doit être en adéquation avec le monde qui l'entoure ».



L'engagement des entreprises est indispensable et doit être en accord avec la société

« Elle est responsable autant que d'autres du bien-être de la population de son pays »

« L'entreprise vit au cœur de la société et c'est une chaîne dont les maillons sont dépendants les uns des autres »

23%

L'entreprise est perçue comme légitime pour jouer un rôle dans la société pour une majorité de Français (2/2)

Répondants qui préfèrent que l'entreprise reste focalisée sur ses produits et services



32%

Une entreprise doit se concentrer sur la production et création de valeur

« Parce que les sociétés n'ont à cœur que de faire de l'argent, et pour ça, développer ses propres produits/son marché »

« Les entreprises doivent d'abord gérer leurs affaires correctement »

Base : 285 personnes

Ce n'est pas le rôle d'une entreprise de se préoccuper de la société

« Chacun son domaine de compétence »

« Parce que cela reste le socle de sa cohérence, c'est sa fonction et par sa fonction, elle a déjà un rôle dans la société »



27%

Questions ?
Réponses !

Club
campus



WE ■ ACCÉLÉREZ
ARE
COM AVEC LE CLUB DES
COMMUNICANTS

SAVE THE DATE

Mardi 20 octobre

16H30 – 17H30

Le boom du eSport

 randstad

ALAIN AFFLELOU


CRÉDIT AGRICOLE


Red Bull®



Club